

337
C17p1
ej.1
074



PROGRAMA DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA COLOMBIANA

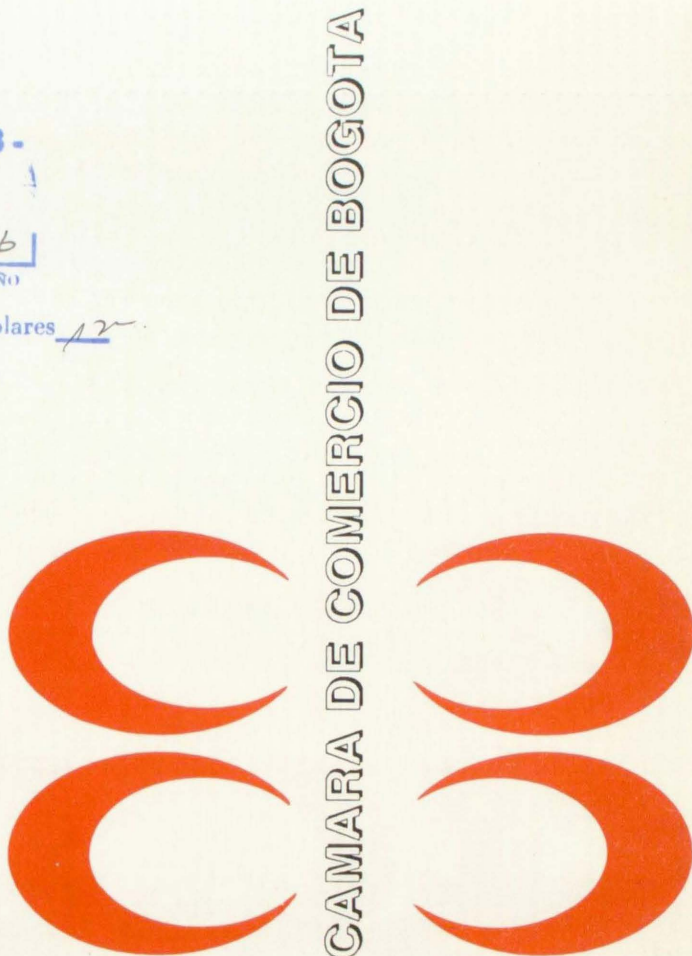
CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ
Centro de Información Económico-Social de Bogotá
CIEB
BIBLIOTECA

Documento para aprobación de la Junta Directiva

Biblioteca -CIEB-
No. Inventario 7489
Fecha Ingreso 21 10 96
DIA MES AÑO
Precio \$ 2.000 = No. Ejemplares 12

B-504
. 1

Bogotá, D.E., febrero de 1991



CCB 0504
Ej. 2

INDICE



- I. El Marco de Trabajo**
- II. Objetivos para 1991**
- III. Políticas Gubernamentales sobre Comercio Exterior**
- IV. Internacionalización del Sector Productivo**
- A. Red de Información Comercial
 - B. Corferias
 - C. Comercializadora Internacional
 - D. Cuenca del Pacífico
 - E. Cámaras de Comercio Binacionales
 - F. Misiones Comerciales
- V. Plan de Exportaciones**
- A. Consorcios de Productores
 - B. Capacitación Empresarial
 - C. Eficiencia
- VI. Fortalecimiento Empresarial**
- A. Mentalidad Empresarial
 - B. Subcontratación
 - C. Actualización Tecnológica
 - D. Inversión Extranjera
 - E. Lucha contra el Contrabando
 - F. Centro de Consultorías en Privatización
 - G. Foro de Presidentes
- VII. Programa de Desarrollo de la Microempresa**
- A. Registro Básico Empresarial
 - B. Centrales de Riesgos
 - C. Información Comercial
 - D. Información Tecnológica Especializada
 - E. Apoyo Financiero
 - F. Comercialización
- VIII. Un Propósito Nacional**

PROGRAMA DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACION DE LA ECONOMIA COLOMBIANA

La Cámara de Comercio planteó en 1990 un conjunto de recomendaciones sobre aspectos específicos de la economía, cuya corrección o puesta en práctica podría contribuir al robustecimiento del comercio exterior colombiano. Algunas estaban dirigidas a las autoridades de comercio exterior, otras constituían pautas para que los propios empresarios adoptaran medidas que les permitieran mejorar su capacidad competitiva y varias de ellas representaban propósitos o programas de acción de la Cámara.

Para 1991 este esfuerzo debe complementarse con nuevos mecanismos de apoyo a los empresarios, como resultado de los cambios que ha experimentado el panorama comercial mundial y de las modificaciones que el Gobierno colombiano ha venido introduciendo a la estructura económica del país, orientadas a fortalecer la producción interna, impulsar el comercio exterior y fortalecer el desarrollo económico.

I. EL MARCO DE TRABAJO

El desarrollo de las actividades institucionales debe tener como marco general las políticas y medidas adoptadas por el Gobierno Nacional y las tendencias de la economía mundial.

En el contexto interno, las políticas establecidas, de ser aplicadas en forma amplia, pueden producir el esperado "revolcón" en el comercio exterior y en el desarrollo económico general del país. Las

principales medidas se relacionan con: la creación del Ministerio de Comercio Exterior y la transformación de Proexpo en un Banco de Fomento de las Exportaciones; adopción de la política de Internacionalización de la economía colombiana o Apertura Económica, mediante la liberación de las importaciones, eliminación de restricciones en el transporte internacional de carga, racionalización de los estímulos a las exportaciones y atracción de capitales y tecnología foráneos; privatización de los puertos marítimos; reforma laboral; e inicio de reforma al Estatuto Cambiario.

En el contexto externo, se presentan en el panorama mundial tres hechos que pueden favorecer la inserción colombiana en los mercados internacionales: La reactivación del Proceso Integracionista en el Grupo Andino; la iniciativa para las Américas del Presidente de los Estados Unidos, seguida del ofrecimiento de un tratamiento especial a los Países Andinos; y la concesión de ventajas arancelarias dentro del tratamiento de nación más favorecida a los países andinos por parte de la Comunidad Económica Europea.

Estas nuevas circunstancias, que el país en conjunto debe tener presentes para orientar las políticas de penetración a los mercados externos, marcan la pauta para que la Cámara de Comercio igualmente ajuste sus programas de acción y emprenda nuevas iniciativas.

II OBJETIVOS PARA 1991

Dentro del marco descrito, en el presente año nos proponemos adelantar un Plan de Trabajo dirigido a los siguientes propósitos:

1. Apoyar y promover esfuerzos del sector productivo formal para su inserción en el marco del comercio internacional.
2. Fomentar el fortalecimiento de la capacidad productiva de las empresas nacionales para que, de un lado, enfrenten con éxito la competencia externa y, de otro, abastezcan en condiciones rentables el mercado interno.
3. Impulsar el desarrollo de las pequeñas unidades productivas y del sector informal.

En desarrollo de estos propósitos, la Cámara de Comercio, a través de la Vicepresidencia Comercial, adelantará programas y actividades en las siguientes cinco grandes líneas de trabajo:

- A. Políticas Gubernamentales sobre comercio exterior
- B. Internacionalización del sector productivo
- C. Plan de exportaciones
- D. Fortalecimiento empresarial
- E. Desarrollo de pequeñas empresas

III. POLITICAS GUBERNAMENTALES SOBRE COMERCIO EXTERIOR

Los cambios en el manejo de la economía del país, y en especial en Comercio Exterior, hacen indispensable avanzar en la evaluación y seguimiento de las modificaciones que se van introduciendo al esquema institucional colombiano, con el fin de cooperar con el estudio de las medidas gubernamentales, para que en desarrollo de una política de sana concertación, se examinen todos los aspectos de los nuevos

estatutos, se fortalezcan los mecanismos de acción que prueben ser eficaces y se ajusten o corrijan los que requieran modificaciones.

En 1991 entonces, se adelantará un programa de revisión y análisis de las medidas que se expidan en materia de comercio exterior, de modo que la Cámara de Comercio pueda fijar posiciones frente a las mismas y pueda hacerlas conocer oportunamente al sector empresarial.

El programa específico al respecto incluirá:

- a. Un estudio analítico sobre el desarrollo del comercio exterior colombiano en las tres últimas décadas, en el cual se establecerá un paralelo con las medidas adoptadas recientemente por el Gobierno Nacional.
 - b. La preparación de un documento de evaluación de los resultados obtenidos en los primeros meses de aplicación de las nuevas medidas, con el objeto de entregarlo al Ministerio de Comercio Exterior. Este documento se discutirá en foros y reuniones con especialistas, de modo que la versión final contenga los puntos de vista del sector empresarial sobre el proceso, y si es del caso, sugerirá ajustes a normas cuya aplicación no parezca oportuna o adecuada para el desarrollo de la estrategia global de fortalecimiento del comercio y la economía.
- Se adelantará una "veeduría económica y jurídica" permanente en el campo del Comercio Exterior a través de la cual se analizarán las normas que se vayan dictando, su incidencia en el manejo de

la economía y su aplicabilidad todo lo cual derivará en los planteamientos que se crean convenientes al respecto.

IV. INTERNACIONALIZACION DEL SECTOR PRODUCTIVO

Las actividades en este campo estarán orientadas a apoyar y facilitar la presencia del sector público en los mercados mundiales, para lo cual se desarrollarán los siguientes programas:

A. RED DE INFORMACION COMERCIAL

En el marco de la Conferencia de Cámaras de Comercio del Grupo de los 77, la sede de la Red AICO fue seleccionada en 1990 como Punto Focal para América Latina y el Caribe de la Red de Información Comercial Intercontinental. Tal designación traerá consigo el crecimiento aún más del rápido sistema de información comercial manejado por la Cámara de Comercio de Bogotá. La Red, en estos últimos años, ha avanzado en varios campos especialmente en la diversificación en el suministro de información especializada por sectores; en un proceso de tecnificación de los sistemas operativos; en la conexión al sistema de transmisión de datos a nivel mundial de la empresa TELECOM (COLDAPAQ), que permite la comunicación directa con usuarios remotos; en la transformación de las bases de datos de ofertas y demandas en un verdadero "almacén" de oportunidades comerciales frescas que permiten a los empresarios de todo el mundo iniciar procesos de negociación con datos confiables; y en la conversión de los boletines impresos en seis publicaciones bilingües semanales y especializadas por áreas de producción.

Para 1991 el propósito es dirigir de manera prioritaria los servicios de la Red a los empresarios de Bogotá y del resto del país, de modo que ellos conozcan de primera mano las oportunidades de negocios que ofrece el mercado mundial y puedan aprovecharlos en el marco de la apertura económica.

La proyección de la Red AICO tiene entonces tres perspectivas:

En primer lugar, el fortalecimiento interno de los sistemas de recolección, procesamiento y difusión de información, con programas de consolidación y mantenimiento de la base de datos de oportunidades comerciales y con la incorporación permanente de información actualizada y confiable.

En segundo lugar, la reactivación de los programas complementarios, con la creación de una base de datos de servicios, que operará sobre los mismos lineamientos del sistema de oportunidades y que se basará también en el Sistema Armonizado de Codificación; la adecuación de la base de datos de precios internacionales, que si bien es débil en términos de número de registros puede contar, por vía del canje de información, con un suministro constante de datos por parte de organismos internacionales, agencias de noticias y agremiaciones de productores a nivel internacional; la actualización del registro de exportadores e importadores y productores nacionales, tarea que a la vez se basa en los convenios con INCOMEX y con el Programa Latinoamericano de Información y Apoyo del Comercio Exterior,

PLACIEX, con los cuales la Cámara ha establecido un mecanismo de trueque de información que nos permitirá la posibilidad de contar con material similar de los países miembros del SELA.

En tercer lugar, el desarrollo del compromiso adquirido por la Cámara, como representante de AICO en la Conferencia de Cámaras de Comercio del Grupo de los 77, para estructuración del sistema de punto focal de la Red Internacional para América Latina y el Caribe. En este sentido se adelantarán los contactos para concretar las ofertas de un auxilio directo de US\$50,000, a través del Fondo Pérez Guerrero y de US\$450,000 a través de Naciones Unidas, para dotación y funcionamiento del Sistema de Información. Se avanzará en este campo y se evaluar la perspectiva técnica y financiera de que el Departamento de Información Comercial maneje a corto plazo un sistema de archivo, codificación y suministro de información completamente independiente del computador central de la Cámara de Comercio.

B. CORFERIAS

La Cámara de Comercio, a partir de la adquisición de CORFERIAS, ha dado a los eventos que realiza la Corporación una definida orientación de apoyo al comercio exterior y al desarrollo económico nacional.

En 1991, la Cámara a través de CORFERIAS ofrecerá a los empresarios nuevos mecanismos para contribuir al mejoramiento de su capacidad de producción y a la búsqueda de nuevos mercados. Se celebrarán eventos cada vez más especializados, en los que la selección de

muestras sea gradualmente más acorde con las necesidades de dotación del aparato productivo nacional. Con este criterio, CORFERIAS debe convertirse en el más efectivo vehículo para la modernización de la industrial.

Se adelantarán las actividades necesarias para que el recinto de CORFERIAS, que por disposición de las autoridades se convierte en una zona franca temporal cada vez que se realiza un evento ferial, se convierta en una zona franca permanente aprovechando que será posible la apertura de zonas francas particulares.

La Cámara hará de CORFERIAS, en el corto plazo y como resultado de una acción promocional que se iniciará en 1991, el gran centro para negociaciones de tecnología. Desde ahora se promueve la celebración de la Feria de Bienes de Capital y Tecnología y del Salón de la Automatización, en los cuales, se impulsará el conocimiento y la capacitación para la negociación de nuevas tecnologías que se puedan incorporar al aparato productivo nacional.

Adicionalmente, dentro del programa de proyección de CORFERIAS que contempla la Cámara para este año, se cuenta la iniciación de una nueva modalidad: la celebración de eventos feriales en el exterior. En este sentido, se organizará por parte de la Cámara la presencia de una muestra de productos y servicios colombianos en Caracas, cuya ejecución física en cuanto a montaje y coordinación estará a cargo de CORFERIAS.

C. COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL

Desde 1990 viene operando Bolivariana Trading Company, empresa de comercialización internacional creada por la Cámara de Comercio de Bogotá, en asocio de empresarios privados.

La Comercializadora orienta su acción al apoyo de los productores de bienes exportables que no posean su propia estructura administrativa para manejar los asuntos relacionados con el comercio exterior, y concentra sus esfuerzos en el apoyo a los empresarios pequeños y medianos. Para 1991 se impulsará a creación de un consorcio de productores de calzado que, de acuerdo con sondeos del mercado, representa una línea que ofrece buenas perspectivas de exportación, particularmente a los países que han acordado a favor de Colombia un tratamiento preferencial en términos de arancel. La comercialización de los productos del consorcio se hará a través de la Bolivariana.

La Cámara orientará la compra directa por parte de la Comercializadora de productos destinados a los mercados externos dando prioridad a los productos de los pequeños y medianos empresarios labor, que se apoyará con programas de diseño, control de calidad y mercadeo.

De otra parte, la Cámara definirá los lineamientos para que Bolivariana opere igualmente en el campo de las importaciones, en especial de aquellos insumos que se utilicen en la producción de renglones exportables, pero también en los que la nueva política de apertura económica considera necesarios para fomentar la competencia interna y

para mejorar las condiciones de compra por parte de los consumidores finales en el país.

D. CUENCA DEL PACIFICO

Si bien Colombia forma parte de los Comités Gubernamentales de Cooperación para el desarrollo del Pacífico, el sector privado, a diferencia de lo que sucede en México, Chile y Perú, Estados Unidos y Canadá, no ha participado en el proceso de las negociaciones sobre el intercambio de capital, tecnología, bienes y servicios.

La Cámara de Comercio promoverá la creación del Capítulo colombiano del PBEC (Comité Económico para la Cuenca del Pacífico), que es la instancia para la participación empresarial en este proceso de cooperación multinacional en coordinación con los comités de los demás países de la Cuenca.

E. CAMARAS DE COMERCIO BINACIONALES

A iniciativa de la Cámara, las entidades de esta clase se agruparon en una organización ad-hoc que ha venido trabajando en forma concertada. Durante 1991 se intensificará esta acción mediante la coordinación de la Cámara, que actúa como Secretaría del Grupo.

Aunque los programas a desarrollar deberán definir en conjunto, la Cámara de Comercio de Bogotá propone proyectos de mejoramiento de la imagen de Colombia, promoción de la inversión extranjera y de la

transferencia de tecnología al país, organización conjunta de misiones y la participación en ferias.

D. MISIONES COMERCIALES

El instrumento de las misiones de empresarios ha probado su eficacia como medio para poner en contacto directo a compradores y proveedores de y bienes.

Para el presente año y con el fin de buscar el aprovechamiento de las condiciones favorables que se ofrecen al país, la Cámara tiene previsto coordinar la realización de las siguientes misiones internacionales cuya definición obedece a un riguroso análisis de prioridades, que va señalando los objetivos más importantes para el país en cada período:

- a. Encuentro de empresarios colombianos y mexicanos, en desarrollo del convenio suscrito con el Consejo Empresarial Mexicano para asuntos internacionales CEMAI. Este encuentro se celebrará en Ciudad de México a comienzos de abril.
- b. Visita a la Feria Tecnológica de Hanover (Alemania) con un grupo de empresarios interesados en la compra de tecnología y de nuevos equipos para sus procesos de producción o en la celebración de acuerdos de subcontratación. Se celebrará a finales de abril.

- c. Misión de productores y exportadores de artículos de cuero a la Feria del Calzado y el Cuero en Taipei, Taiwan, entre el 20 y el 30 de abril.
- d. Misión de empresarios colombianos cuyos productos tengan buenas perspectivas de exportación al mercado de Chile. Se celebrará en Santiago de Chile en el mes de mayo.
- e. Misión de exportadores e importadores a México en el segundo semestre del año.

En el ámbito nacional, contribuiremos a orientar la actividad comercial y para ello hemos programado dos misiones comerciales a Duitama y Manizales.

Finalmente asumiremos, como en el caso de las ferias, un papel de conducción dentro del sector privado para que paulatinamente, como lo hemos venido proponiendo y parece en principio aceptarlo la nueva administración de PROEXPO, estas actividades vayan pasando a la órbita del sector privado, con el apoyo, claro está, de las agencias del Estado y en estrecha cooperación con ellas.

V. PLAN DE EXPORTACIONES

La Cámara de Comercio desarrollará un conjunto de actividades dirigidas a elevar la capacidad empresarial del país para realizar ventas en el exterior. Los programas al respecto son:

A. CONSORCIOS DE PRODUCTORES

Durante 1991 la Cámara de Comercio trabajará en la constitución de consorcios de productores, como una modalidad de unión del esfuerzo empresarial que ha dado excelentes resultados en Brasil, Chile, Argentina y los países de reciente industrialización del Sureste Asiático.

Los sectores donde se trabajará con mayor énfasis para lograr la conformación de consorcios serán los de agroindustria, confecciones, calzado y cuero. Sin embargo, el trabajo conjunto realizado con la Comercializadora Internacional Bolivariana Trading indica que las mejores posibilidades están en el sector cuero y calzado, al cual se le dará prioridad.

Las tareas a desarrollar comprenden varias etapas que pueden resumirse en los siguientes puntos:

- a. Concientización a los empresarios sobre las ventajas y desventajas de conformar consorcios.
- b. Capacitación administrativa dirigida a la orientación del empresario hacia la administración de grupo, solucionándole además sus propias falencias administrativas.
- c. Capacitación tecnológica para obviar las diferencias de producto, de materias primas y de procesos productivos.

- d. Constitución jurídica del consorcio de acuerdo con las normas vigentes que permitan su funcionamiento.

B. CAPACITACION EMPRESARIAL

Dentro del programa de Apertura Económica Colombiana, el comercio exterior constituye una de las prioridades del Plan de Exportaciones y del trabajo de la Vicepresidencia Comercial. En tal sentido realizará ciclos de conferencias, talleres, seminarios, foros y cursos, sobre temas tan importantes como la Reforma Portuaria, el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, la nueva Ley Marco de Comercio Exterior, la nueva reglamentación de Transporte Multimodal, la Constitución del nuevo Ministerio de Comercio Exterior, el nuevo Estatuto de Inversión Extranjera, las últimas medidas respecto al proceso de integración del Grupo Andino, la C.E.E. y demás bloques económicos. Otras tareas en definirán en el curso del año, dependiendo de las medidas que el Gobierno adopte.

C. EFICIENCIA

Se continuará presentando a las autoridades económicas recomendaciones concretas para la eficiencia y simplificación que se traduzcan en medidas de apoyo al comercio exterior, como ya ha sucedido en la eliminación de trámites en el proceso de exportación, la reducción de pasos en la importación y la falcitación del manejo de carga en los puertos.

Para el efecto, se trabajará conjuntamente con las entidades gubernamentales y el sector privado en la institucionalización del comité de Facilitación del Comercio Exterior, que venía liderando la Cámara de Comercio de Bogotá, iniciativa que ha sido apoyada por la C.E.E. y el Grupo Andino como subprograma del PAPE (Programa Andino de Promoción de Exportaciones).

VI. FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL

Función fundamental de la Cámara de Comercio es impulsar programas que promuevan el desarrollo del empresario, de su unidad productiva y de la producción interna en general, buscando consolidar la iniciativa privada y el concepto de libre empresa.

Para ello se adelantan actividades en los diversos niveles del ámbito empresarial con potenciales empresarios, nuevas empresas, microempresas, pequeñas, medianas y grandes empresas. Dentro de estos propósitos, las líneas de fomento empresarial interno de la Cámara de Comercio para este año serán:

A. MENTALIDAD EMPRESARIAL

- a. Con el fin de promover el desarrollo de una mentalidad empresarial la juventud universitaria y en las profesionales, como instrumento idóneo para la autogeneración de empleo, la Cámara realizará Ciclos de Tertulias Empresariales en las facultades de ingeniería, carreras técnicas, tecnológicas, y afines, así como en cursos de último

grado de bachillerato técnico.

Dichos ciclos se basarán en temas como: La importancia de ser Empresario, Cómo Identificar Oportunidades Empresariales, Elaboración de un Plan para el Montaje del Negocio y Apoyos y Progrmas para crear empresa. Igualmente, se facilitará el contacto entre estudiantes y empresarios, para que éstos transmitan sus experiencias, a través de charlas motivacionales y visitas a las empresas.

A la vez, se adelanarán acciones orientadas a estimular y facilitar la creación de nuevas empresas. En esta línea, especial atención recibirá la puesta en funcionamiento de un Banco de Ideas, Oportunidades y Proyectos Empresariales, cuyo fin principal será poner en contacto a inversionistas con recursos pero sin una alternativa de inversión, con personas que posean ideas o proyectos, pero que presentan carencia de medios económicos.

El lanzamiento del Banco de Oportunidades y Proyectos Empresariales se hará en el marco del IV Encuentro Universidad-Empresa, propiciando una acción específica de contacto entre inversionistas y proyectistas, a través de rondas de negociación previamente organizadas.

B. SUBCONTRATACION

A través de la Bolsa de Subcontratación de Bogotá, empresa constituida en 1990 en asocio con entidades gremiales del país, se

ofrece la posibilidad de identificar a potenciales compradores de partes y piezas para ensamblaje, tanto dentro como fuera del país. Este sistema, inicialmente se ha circunscrito a la fabricación de piezas para la industria metalmecánica y electrónica nacionales, y se aplicará en el futuro también a operaciones en los sectores plástico, textil y de impresión de libros, que constituyen renglones promisorios en el campo de las ventas al exterior. En esta dirección, la Cámara desarrollará una actividad dirigida a identificar y a aprovechar, a partir de 1991, la utilización de la capacidad de producción que podría quedar sobrante como resultado de la reconversión industrial que impulsa el Gobierno Nacional, con el fin de fortalecer los programas de subcontratación entre empresas nacionales.

Sin embargo, el gran reto de la Bolsa, durante 1991, deberá ser la exploración de enormes posibilidades que ofrece la subcontratación internacional, pues la venta de mano de obra, especialmente cuando ésta es relativamente barata, como en el caso de nuestro país, ha permitido que el sistema se haya consolidado a nivel mundial, con oportunidades para los países en desarrollo, en los sectores eléctrico, electrónico, automotor, de fundición y de confecciones.

C. ACTUALIZACION TECNOLOGICA

Está demostrado que el aparato productivo del país es, en buena parte, obsoleto y por consiguiente, si se le compara con el de otros países, ineficiente en términos de costos de producción. Es verdad que el Gobierno ha dado un paso firme al flexibilizar las condiciones de importación de bienes de capital, pero hay que tener presente que la mayoría de las empresas, sobre todo las pequeñas y medianas, no

dispone de medios ni de criterio fundamentado para la búsqueda y la selección de los procesos que más convienen.

La Cámara de Comercio, que inició en 1990 un trabajo de búsqueda de tecnologías en compañía de las Cámaras Binacionales que funcionan en el país, intensificará durante este año su labor en este campo y no sólo participará en los grupos de trabajo organizados por el Departamento Nacional de Planeación, el Ministerio de Desarrollo Económico y el Instituto de Fomento Industrial, sino que adelantará acciones complementarias con grupos de empresarios a través de las misiones y las ferias tanto dentro como fuera del país. En este caso la acción consistirá en la divulgación de información sobre el tema y en el establecimiento de contactos con proveedores de procesos y equipos. Adicionalmente, se mantendrá una labor de información permanente hacia el sector productivo acerca de los procesos que puedan adaptarse a las necesidades del país, a través de la presencia en el ICONTEC, en la Bolsa de Subcontratación y en la Fundación Nueva Colombia Industrial.

D. INVERSION EXTRANJERA

Se dará continuidad al programa conjunto con el Departamento Nacional de Planeación para que los esfuerzos que se hagan por atraer inversiones extranjeras, estén íntimamente ligados a selección de tecnologías necesarias para impulsar la producción nacional, utilizando en este propósito el apoyo del Centro Internacional de Negocios, creado durante la celebración de la pasada Feria Internacional de Bogotá.

Se utilizarán los mecanismos que maneja el Instituto de Fomento Industrial para canalizar inversiones de la Comunidad Económica Europea en los países en desarrollo. Con este propósito, se organizará un banco de proyectos cuya semilla serán los propios informes, perfiles y estudios de mercado que posee la Cámara.

Se constituirá, además, un plan de trabajo en compañía de otras entidades, como la Corporación Nacional de Turismo y las Cámaras de Comercio Binacionales, para presentar en el exterior la real imagen de Colombia. Como se sabe, la Cámara coordina el trabajo conjuntamente con la Asociación de Cámaras Binacionales que en un total de 21 operan en Bogotá. Hemos propuesto a la Corporación Nacional de Turismo adelantar una labor de difusión en los países a los cuales representa cada una de las Cámaras Binacionales para que a través del conocimiento de la realidad colombiana se despierte en los empresarios de esos países el interés por invertir en Colombia.

E. LUCHA CONTRA EL CONTRABANDO

La Cámara viene impulsando desde el año pasado el trabajo de Comités de Lucha contra el Contrabando de Cigarrillo y ampliará este año su acción al campo de los repuestos y los artículos electrónicos, que constituyen los sectores más sensibles. Nuestra labor en ese sentido se orienta a apoyar la realización de estudios del fenómeno desde el ángulo socioeconómico, es decir analizando la formación del precio de los productos de contrabando, su cadena de comercialización y su incidencia en el mercado laboral interno.

F. CENTRO DE CONSULTORIAS EN PRIVATIZACION

La Cámara ha previsto organizar un Centro de Consultoría en Privatización a través del cual se analicen a profundidad los procesos iniciados y por comenzar, de transferencia de la propiedad estatal a particulares y principalmente, se brinde asesoría en las técnicas de la privatización a empresas y personas interesadas en proyectos específicos.

Especial interés tendrán aquellos proyectos vinculados con la forma directa con el desarrollo de una política coordinada de promoción del comercio exterior, como la privatización de los puertos, los bancos y el transporte ferroviario. Pero también se dará asesoría a la privatización en los servicios, especialmente en aquellos que como la recolección de basuras y la operación de mataderos municipales, puedan ser brindados con mejor eficiencia por el sector privado, sin que el Estado pierda la tutela y el control sobre la prestación del servicio.

G. FORO DE PRESIDENTES

A través del intercambio permanente de ideas y experiencias al más alto nivel de dirección organizacional, la Cámara buscará fortalecer y actualizar al empresario, motivando el liderazgo de la actividad empresarial.

Para ello, se seguirá consolidando el Foro de Presidentes a través de reuniones de actualización y reflexión sobre temas como La Gerencia Ética, El Liderazgo, La Estadística: Una Herramienta Gerencial, Justo a Tiempo, El Proceso Creativo y otros.

Especial atención se dará al Grupo Calidad Total del Foro, con el fin de impulsar una conciencia y cultural empresarial sobre la calidad como elemento fundamental para lograr la competitividad y consistencia empresarial que el país requiere. Las compañías vinculadas a este grupo, trabajarán en la implementación real de programas de calidad, con el apoyo del Foro.

Igualmente, se seguirá estimulando la creación de Fondo Mutuos de Inversión en las empresas, dando así respuesta al interés expresado en este campo.

VII. PROGRAMA DE DESARROLLO DE LA MICROEMPRESA

Buscando incrementar la eficiencia, el impacto, la dinámica y la cobertura de los programas de apoyo a la microempresa, el Gobierno Nacional, representado por el Ministerio de Desarrollo Económico, y el Departamento Nacional de Planeación y las Cámaras de Comercio del País, suscribieron un convenio para la promoción y ejecución del Plan Nacional para el Desarrollo de la Microempresa 1990-1994.

El propósito general del Plan es apoyar el desarrollo de la microempresa para que incremente su productividad, eleve el nivel de vida de la población vinculada a estas unidades económicas y mejore su participación en los mercados.

Se fijaron como responsabilidades de las Cámaras de Comercio, dentro de dicho convenio, las siguientes:

- Promover la acción concertada entre el gobierno y el sector privado para favorecer la microempresa.
- Impulsar la cobertura del Plan Nacional de Desarrollo de la Microempresa en todos los sitios donde existan Cámaras de Comercio.
- Fortalecer el sector empresarial atendiendo las necesidades de la microempresa.
- Generar oportunidades empresariales y comerciales para este sector, mediante información comercial, información tecnológica, registro básico empresarial y centrales de riesgo.
- Impulsar convenios de participación institucional para promover centros de desarrollo tecnológico, empresas de bienes de capital, fondos de capital de riesgo, fondo de garantías, comercialización de insumos y productos terminados y bolsas de subcontratación.
- Desarrollar en coordinación con las ONGs, programas de capacitación y asesoría, seguridad social, mercadeo, fortalecimiento general y fomento de las exportaciones.
- Participar en el Consejo Nacional del Plan para el Desarrollo de la Microempresa y sus comités de apoyo, al igual que en los Comités Regionales.

- Apoyar con recursos humanos, técnicos, físicos y económicos, los programas establecidos en el Plan.

A partir de dichos compromisos, las Cámaras de Comercio de Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla y Bucaramanga han conformado un grupo de trabajo que orientará sus acciones, inicialmente, a cuatro proyectos:

A. REGISTRO BASICO EMPRESARIAL

El objetivo general será implantar gradualmente un mecanismo de registro, de tal forma que la inscripción en el Registro Público Mercantil se constituya en un único registro para el empresario y en fuente primaria de información para el resto de instancias comprometidas en el proceso de formalización y legalización de las empresas.

El primer paso será contratar un consultor (director del proyecto), por dos meses, para que se encargue de la fase de diseño que incluye: identificación de entidades y compromisos; estrategias de promoción; definición conceptual; diseño del Registro Básico.

Posteriormente se iniciará el desarrollo de una prueba piloto en alguna de las Cámaras, realizando ajustes de mecanismo, que sirva de base en la posterior aplicación en todas las Cámaras de Comercio del país.

B. CENTRALES DE RIESGOS

El objetivo general será diseñar e implantar las centrales de riesgos estipuladas en el Decreto 414 de 1982 del nuevo código de Comercio, que permitan mantener un registro actualizado de la situación patrimonial y capacidad de endeudamiento de las empresas que expresamente lo autoricen.

Inicialmente, se ha acordado entre las Cámaras acudir a la asesoría internacional para lograr en el futuro la total credibilidad de los empresarios y las entidades financieras, así como identificar los procedimientos más adecuados para la fase de implementación.

C. INFORMACION COMERCIAL

Su objetivo principal será ampliar la cobertura a nivel local, regional y nacional de los sistemas de información comercial para microempresarios productores, entidades o individuos demandantes de productos de la microempresa y proveedores de materias primas.

Aquí, se debe observar que el trabajo se desarrollará en dos niveles: sistemas de información comercial que ya se están trabajando y nuevos sistemas.

El primer paso será homologar criterios y manejo de los sistemas vigentes, para luego impulsar la creación de sistemas en otras

cámaras, lo que dará origen a la red nacional de información sobre la microempresa.

D. INFORMACION TECNOLOGICA ESPECIALIZADA

El objetivo general será crear sistemas de información tecnológica especializada que permitan recopilar, clasificar y suministrar datos sobre nuevas tecnologías apropiadas y sostenibles, líneas de crédito para adquirir tecnología, diseño de nuevos productos, innovación de productos, maquinaria nueva o usada, eventos de capacitación en áreas técnicas, procesos industriales, servicios de mantenimiento, etc., clasificada dicha información por actividad económica.

E. APOYO FINANCIERO

No existe en Colombia un programa de financiación ágil para el sector microempresarial, diferente al que desarrollan las fundaciones privadas que manejan los créditos del BID, los cuales resultan insuficientes para las necesidades del sector. Parte de nuestra labor en el Banco Popular, será entonces adaptar nuevamente sus estatutos para que cumpla con la función de la financiación del pequeño empresario, que fue precisamente la razón de su creación. Pero, además, esta planteada la posibilidad de constituir un nuevo instrumento de financiación para los microempresarios, con la creación de un banco en el que participaríamos las fundaciones y las cámaras de comercio del

país, con la vinculación a la Corporación Financiera Popular, entidad sobre la cual el gobierno nos ha ofrecido una participación equivalente al 50% del capital accionario, con el fin de hacer posible su reestructuración y adecuación como instrumento ágil y eficiente de apoyo financiero a los microempresarios. Esta es una alternativa que iremos definiendo durante el presente año con la orientación y consejo de la Junta Directiva.

F. COMERCIALIZACION

Como aporte al plan, la Cámara de Comercio de Bogotá continuará especializando su labor en el apoyo de la comercialización, a través de los instrumentos de promoción ya creados como son el SICME y la Empresa Comercializadora de las Microempresas PROMIC, e impulsando programas específicos de capacitación alrededor de estrategias para el mercado como los talleres de organización de la oferta y los estudios de mercado, procediendo para ello a la renovación de los convenios que hagan posible la ejecución de estas actividades.

VIII. UN PROPOSITO NACIONAL

La Cámara ha planteado insistentemente que "tal como lo muestra el ejemplo de los países que han resurgido después de grandes conflictos, Colombia debe adoptar con firme convicción y como una verdadera cruzada nacional el propósito de convertirse en un gran exportador, aunando las fuerzas para recuperar el prestigio internacional y para hacer del país una gran empresa que no sólo produzca lo que requiere, sino que pueda atender los compromisos de su deuda y acumular excedentes para enfrentar los riesgos del próximo siglo".

[illegible]

07439